

A fenntartható city branding szerepe a magyar nagyvárosok és Budapest turisztikai imázsépítésében

A tanulmány a city branding, a településimázs és a turizmus általános elméleti vonatkozásainak tisztázása után bemutatja ezen kollokációk, a fenntarthatóság összefüggésében értelmezett kapcsolódási pontjait. Ezt követően az utazás funkcióváltozásainak történeti távlatán haladva, megérkezve a modern turizmus kialakulásával gazdasági és társadalmi perspektívából is igen hangsúlyossá váló desztinációválasztás kérdésének, biztonsági és bizalmi szempontból is valós kockázatokat hordozó eseményérzékeny természetéhez, a dolgozat elemzi a 2020 első felében kialakult covid-19 világjárvány turizmussal fennálló kapcsolatát, illetve a járvány okán bevezetett intézkedések turizmusra gyakorolt hatásait; ez utóbbit legfőképpen az események hazai dimenzióit vizsgálva. A továbbiakban a turizmus-vendéglátás pandémia előtti globális iparági helyzetképének taglalása után, a hazai állapotok fővárosi és országos viszonylatban történő összehasonlítását követően, azonosításra kerülnek az abszolút és kompetitív versenyelőnyök és a turisztikai imázsépítés egyéb azon állapotjelzői, amelyek a levonható végkövetkeztetések megfogalmazásához vezetnek.

Kulcsszavak: *fenntarthatóság, city branding, imázs, turizmus, biztonság, desztinációválasztás, koronavírus*

(Bevezető)

Fenntarthatósági alapvetések

A fenntarthatóság kérdésköre ugyan a XXI. században slágertéma, ámde mindemellett számos, máig vitatott, homályos részletet, konkrétumok nélküli irányelvet tartalmaz. A 2012-ben megrendezett Rio+20 ENSZ konferencián született döntés alapján, a 193 ország által, 2015-ben egyhangúlag elfogadott, 17 elkülönült célt tartalmazó, Fenntartható Fejlődési Keretrendszer 2030, az azt ratifikáló országok aspektusából ugyanakkor legalább egy tulajdonképpeni szándék kifejeződését, egyfajta elhivatottságot jelöl, kiemelt fontosságot tulajdonítva, többek között a kiegyensúlyozott társadalmi fejlődés, a tartós gazdasági növekedés és a környezetvédelem kérdéskörének. A turizmus (mind globális, mind lokális dimenziókban) vonatkozásában természetesen mind a 17 elfogadott, fenntartható fejlődési cél¹ bír valamiféle szorosabb vagy lazább kapcsolódással, viszont a téma szempontjából megiscsak legszorosabban talán a 11. megjelölt cél az, ami kötődik: Fenntartható városok és közösségek; fenntartható, befogadó, biztonságos és alkalmazkodó városok és emberi települések létrehozása.

City branding és imázs elméleti síkon

Ha a fenntarthatósággal kapcsolatban, a city branding tevékenységét, a Tózsa- és Piskóti-féle taxonómia szerint, céljai alapján szeretnénk lehatárolni, akkor megállapíthatjuk, hogy holisztikus értelmezésben tulajdonképpen a city branding során marketing eszközök alkalmazása történik a települések versenyképessé tételének érdekében. A tevékenység egyik fókuszpontja, a címben is említett, komparatív² és abszolút³ versenyelőnyök

feltárása és az ezekre támaszkodó stratégiák kidolgozása, megvalósítása és kommunikációja; előzetes kritériumként természetesen beleértve, hogy ezen aktusok hozzájáruljanak a terület gazdasági, kulturális – összességében véve életmódbeli – fejlődéséhez.

Mélyebben görcső alá véve megállapítható, hogy a city branding intézménye leegyszerűsítve négy, nagy főbb területből áll össze: Ezek az audit, a szegmentáció, az imázs, és a kommunikáció. Az imázs, vagyis a település arculatának tervezése és kivitelezése, tulajdonképpen nem más, mint az audit⁴ során meghatározott készletnek, a szegmentáció során meghatározott igényekhez történő igazítása. Ily módon az ezt követő negyedik fázis, a kommunikáció, lényegében „csak” az imázs (arculat) megjelenítése, eljuttatása a lehetséges, és kiválasztott vevőkörhöz, a célcsoportokhoz (Tózsza 2014) (Piskóti 2012).

Végeredményében ezen keretrendszer szerint az imázs és az arculat ekvivalens „kollokációk”, de azt mindenképpen le kell szögeznünk, hogy egy desztináció tekintetében csak annak hírneve, ami ténylegesen eladható. A hírnév két komponensből áll össze: az egyik a CI (corporation identity) ami nem más, mint maga az arculat; a másik a PR (public relations) ami pedig a település szolgáltatásainak, értékeinek vonzó híre, reklámja, kommunikációja. Ezek a konkrétumok szintjén: a város konkrét szolgáltatásai (oktatási, egészségügyi, szórakoztatási, kereskedelmi, művelődési stb.); a város gazdasági és infrastrukturális jellemzői (főként a szekunder, tertiér, kvaterner szektorok tekintetében); a város gazdag, érdekes történelme, műemlékei; a város kultúrája, érdekes hagyományai, rendezvényei; szennyezetlen természeti és társadalmi környezet (tisza, rendezett település, vállalkozásbarát helyi társadalom, személy- és vagyónbiztonság, olcsó és képzett helyi munkaerő); továbbá az információs társadalom városi környezetre adaptált, működő és fenntartható humánökológiai szisztémái (Ashworth–Voogd 1997).

A Magyar Település- és Területfejlesztők Szövetségének körülírása érintőlegesen, egy némileg eltérő aspektusban, a turizmus álláspontjából kitekintve reflektál a city branding jelenségére. Bemutatja, hogy korántsem egymástól izoláltan elkülöníthető, önállóan végezhető tevékenységekről, hanem egymásra épülő, rendszerbe ágyazott, szűkszerűen hierarchikus és szinergikusan működő mozzanatok sorozatáról van szó. Álláspontjuk szerint a településfejlesztés, a településrendezés és a turizmus kölcsönösen egymásra ható, szoros viszonyt ápolnak, kvázi összefüggenek. Meghatározásuk egyszerű és közérthető, a szemléletes példa segítségével a laikusok számára is egyértelművé válik: Magyarországon nincs lakatlan magashegy vagy tengerpart. Itt a turizmus a magyar lakosság életterében zajlik. Cél a fenntartható turizmus és piacképes, okos turisztikai desztinációs fejlesztés. Ezért a településfejlesztés és -rendezés egyben turizmusfejlesztés is.

(A turisztikai desztinációválasztás természete)

Bizalom és biztonság a funkcióváltások tükrében

Jellegénél fogva a turizmus alapvetően bizalmi iparág, komplex rendszerének egyik legfontosabb alapja a biztonság. A biztonság problematikája rendkívül sokrétű, a természeti és politikai környezettől kezdve, a pénzügyi folyamatokon és a terrorizmuson át egészen a szálláshely-szolgáltatás, az élelmiszerek, az egészség vagy a közlekedés biztonságáig terjed. A turizmus rendszerében a biztonságot befolyásoló tényezők szinergikusan hatnak egymásra, ezek összképének projekciója pedig az utazási döntésre, az úti cél kijelölésére. Egy-egy desztináció kiválasztásának legmeghatározóbb elemei a preconcepció és a tapasztalat (Wilk 2017). Míg előbbi, a pr⁵ és az online/offline média tartalmak segítségével szándékolatlan alakítható – vagy akár az objektív valósággal távolról

sem egyező látszatot keltve, jelentősen torzítható is – tetszőlegesen pozitív vagy negatív irányba; addig utóbbi, csak és kizárólag az élmény velejárójaként, fizikai jelenlét útján megszerezhető⁶. Közös jellemzőjük, hogy mindkét szempont, még a legracionálisabb személyiségbélyegekkal bíró egyén kognitív struktúrájában is, bizonyos szinten, egyfajta erősen szubjektív, érzelemvezérelt izgalmi állapotot konstruál. Ennek gyökerei valószínűsíthetően a kultúránkban és a tanult viselkedési mintázatainkban keresendők. Gondoljuk csak az utazás, vagy ha úgy tetszik a „bolyongás”, a „kalandozás”⁸, irodalmi alkotásainkban, eredetmondáinkban⁹, hiedelemvilágunkban, több ezer éves múltra visszatekintő, toposzként létező konnotatív jelentéseire: a felkészülés, az elindulás, a mozgás – mint az időben és térben végbemenő örökös változás szimbóluma –, és a megérkezés eseménysor ciklusának repetitív folyamat-szerűségére.

A XV. századtól meginduló nagy földrajzi felfedezések emblemikus vezéralakjai tulajdonképpen semmilyen biztos támpont vagy fogódzó nélkül, hónapokra az ismeretlenbe indulva az isteni gondviselésbe vetett hit, mint a vallásos meggyőződés alapja mellett, jószereivel csak a vak szerencsében bízhattak. Ezen utazások nagy volumenű kockázatossága és a várható előnyök csekély valószínűsége okán¹⁰, legfőbb motivációként az emberi kíváncsiság említhető meg¹¹. A későbbiekben Diderot Enciklopédiája, és az azt követő felvilágosodás – tehát voltaképpen a XVIII. század közepe/vége – óta, a már sokkal inkább a modern, egyre bővülő természettudományos ismeretanyagra támaszkodó expedíciók során, az utazás már érezhetően biztonságosabbá válik és ebből adódóan sokkal konkrétabb célokkal is rendelkezhetett¹². Az individualizmus térnyerésével, a kíváncsiság kielégítésén túl, egyfajta éthoszos felsőbbrendűség és a szellemi fölény kinyilvánítása is megjelenik célként. Megmutatni és bizonyítani, hogy az ember, a rendelkezésre álló eszközrendszer felhasználásával képes dacolni a természet erőivel; és diadalmaskodva azon, példájával élenjárva, utazásának hozadékával segíti a prosperitást egyéni és társadalmi dimenziókban. Részben ösztönös, részben tudatos, direkt, valóságzagú, autotelikus jegyekkel¹³ is rendelkező tevékenység, ahol az ember, akarva vagy akaratlanul nyújtott teljesítményével piedesztálra emeli saját személyét a társadalom előtt¹⁴.

Ezen hagyományokkal szakítva, a XX. század második felére kialakuló, modern, kényelmi turizmus egészen más funkciókkal rendelkezik. A munkavégzés átstrukturálódása okán felszabadult, azelőtt soha nem tapasztalt számottevő időmennyiség, az úgynevezett szabadidő eltöltésének egyik kiemelt formájává vált, és ez a funkció jócskán hozzájárult elterjedéséhez, népszerűségének folyamatos növekedéséhez.

Visszakanyarodva a prekonceptió és a tapasztalat párosának, XXI. századra adaptált, desztinációt meghatározó jelenéhez: egy, erre a két elsődlegesen befolyásoló pillérré szűkített, korlátozottan racionális döntéseméleti szituációban a félelem és az utazási hajlandóság egymással nem ko incidens fogalmak. Az ember, Maslow óta ismert alapvető létszükségelete saját személyi és vagonbiztonsága, és természetesen specializált funkciója ellenére a turista sem képez kivételt ez alól.

Hazánk vonatkozásában, a 2015. augusztus–szeptemberi, a menekültválság okozta néhány hónapos kisebb megingást indukáló kellemetlenséget leszámítva – amelynek az akkori új foglalások minimális visszaesésén, a már meglévő csoportok visszamondásán és a már úton lévő vendégek utaztatási problémáinak kezelésén túl nem volt jelentős negatív hozadék¹⁵ – gyakorlatilag az elmúlt 10 évben emelkedő tendenciát mutatott a turizmus-vendéglátás iparág, az ország kiemelten biztonságos, attraktív célpontnak számított.

Az eseményérzékenység gyakorlati példája

2020 márciusában a turizmus-vendéglátás iparág rohamléptekben szerzett mellbevágó empirikus tapasztalatokat az eddig itthon leginkább csak tankönyvi definíciók elméleti síkon bemutatott fejtegetéseiből ismert desztinációválasztás rendkívül eseményérzékeny természetének (MTÜ 2017)¹⁶ gyakorlati megjelenését illetően. Lényegében, a nemzetközi légitársaságok mellett, a szektor elsőként szenvedte el a kialakult életviszonyok hatásainak következményeit, amelyek voltaképpen a külföldi piacok többségéhez hasonlóan, hazai vonatkozásban is, kevesebb mint 4 hét leforgása alatt a teljes iparág leállásához vezettek. Először a külföldi látogatók érkezésének megszűnése, majd következő lépcsőben a belföldi turisták elmaradása jelentkezett, olyan mérvű kereslet-visszaesést produkálva, amely járulékosan azonnali munkaerőpiaci problémákat is generált egyben.

Először is röviden tekintsük át a valószínűsíthetően a dolgok háttérben álló okokat, valamint az azokat képező események, mozzanatok sorozatát, kronológiai sorrendben:

A 2019 decemberében detektált, a kínai Vuhan városából eredeztetett covid-19, ismertebb nevén az új típusú koronavírus színre lépése, a világsajtóban ugyan permanensen jelentős hírértékkel bírt, de Magyarországról nézve inkább csak egy egészséges távolságtartással kezelendő, közvetlen látókörünkön kívül eső, rendre felbukkanó, de provizórikus, ugyanakkor földrajzilag mégiscsak megnyugtatóan távoli, mondhatni afféle „szokásos”, újabb ázsiai kórságot jelölt; mintsem egy valós geopolitikai fenyegetettség jegyeit mutató, potenciálisan a teljes globális kapitalizmust pillanatok alatt térdre kényszeríteni képes jelenséget, amely az ellátási láncokat megbénítva, futótűzként terjed és villámsebessen elsődleges mozgatóvá válik.

Jelen körülmények fényében már teljes bizonyossággal kijelenthető, hogy a feladatkörében az Európai Uniót fenyegető, újonnan megjelenő veszélyek – például vírusok, járványok – korai felismeréséről és elemzéséről is gondoskodó, illetőleg a járványügyi felkészülés vonatkozó kérdéseiben az EU intézményeinek és a tagállamok kormányainak szakmai és tudományos tanácsokat is szolgáltató stockholmi szakhivatal, az Európai Betegségmegelőzési és Járványvédelmi Központ¹⁷ több alkalommal is messzemenően alulértékelt a covid-19-et. A 2020. január 9-én és 17-én, a témában nyilvánosságra hozott első két kockázatelemzési jelentése (ECDC 2020a,b) nagyon alacsony kockázatúnak, de a 22-én kiadott harmadik jelentés (ECDC 2020c) is csak mérsékeltnek titulálta a vírus veszélyességét.

A harmadik jelentés után két nappal a vírus, Európában elsőként, Franciaországban ütötte fel a fejét. A két, egymástól távol eső francia városban detektált első három fertőzött személy mindegyike igazoltan Vuhanból érkezett az EU-ba (WHO 2020a). Az első páciens, szakmai útjáról visszatérő 48 éves francia férfi, aki Vuhan mellett Shanghai, Qingdao és Párizs érintésével érkezett Bourdeaux-ba. A második és harmadik eset, a közvetlen Vuhanból Párizsba érkező 31 éves férfi, és 30 éves nő, mindketten kínai turisták voltak (US NLMNIH 2020). Franciaország után, Spanyolországban, az Egyesült Királyságban és a hozzánk jóval közelebb eső Olaszországban is megjelenik a vírus. Ugyanazon a napon, január 31-én. Az első két, megerősített olaszországi fertőzött, a nyaralásuk 5. napján milánói, veronai és pármai tartózkodás után érkeztek Rómába. Egyébiránt mindketten szintén Vuhanból érkező kínai turisták voltak (Corriere Della Sera 2020). Az Egyesült Királyság-beli első esetek ugyancsak turisztikai céllal ott tartózkodó kínaiak, az első spanyolországi fertőzött pedig egy német turista volt.

Rövid kitérével itt érdemes rámutatni, hogy Vuhan városának mellelleg közvetlen és rendszeres légi összeköttetése volt számos, turisztikai desztináció választás szempontjából különösen frekvenciált, európai nagyvárossal. Párizsba heti hat, Londonba heti

három, Rómába szintén heti három járat közlekedett. Ezek utasforgalma túlnyomórészt a kínai turisták szállítását szolgálta (Sonbhadra, Agarwal, Nagabhushan, 2020). Az Eurostat 2018-as jelentése alapján megállapítható, hogy az EU akkori¹⁸ 28 tagállama közül Spanyolország (306 millió vendégéjszakával), az Egyesült Királyság (213 millió vendégéjszakával), Olaszország (211 millió vendégéjszakával) és Franciaország (133 millió vendégéjszakával) számított a négy legnépszerűbb úti célnak a külföldi vendégek körében, akik a vendégéjszakák több mint felét (57,6%) töltötték el ebben a négy országban. Fontos kitétel, hogy itt, a belföldi turizmus kizárásával, gyakorlatilag csak saját országukon kívülre utazó szállóvendégekről beszélünk. További szemléletes adat, hogy az aktív turisztikai szálláshelyek közel egyharmada (32,0%) Franciaországban és Olaszországban összpontosult, míg őket az Egyesült Királyság és Spanyolország követte a sorban (Eurostat Tourism Statistics, 2018).

A vírus európai beszivárgásának ténye, az akkor aktuális prioritásokat – úgymint a migráció, vagy a klímasemlegesség irányába mutató törekvések – háttérbe szorítva, némi látenciával ugyan, de átvette a vezető szerepet a „political issue” vonatkozásában, és a közhangulatban is érezhetővé válva, aggodalmakkal teli, bizonytalan jövőképet vázolt. A február közepétől már szinten jelentősen növekvő, Európában egyébként kimagasló, olaszországi halálozási adatok¹⁹ köznyilvánosságra gyakorolt sokkoló hatása, az európai vezetőket nagyfokú társadalmi és politikai nyomás alá helyezte, ami értelemszerűen a mielőbbi, hatékony járványügyi felkészülés irányába presszionálta őket. Idő és rendelkezésre álló közösen elfogadott uniós operatív cselekvési protokoll hiányában²⁰ a tagállamok nemzetállami keretek között kezdték meg – és tulajdonképpen ugyanilyen módon folytatják azóta is – a védekezést (EC 2020a). Le kell szögeznünk, hogy ez utóbbi jelenség, az EU gyors, kompetens és hatékony, központi problémakezelési eljárásának tulajdonképpen de facto elmaradásából adódóan, az aggályok megfogalmazásán túl, politikatudományi megvilágításban értelmezett, súlyos legitimációs deficithez vezethet, illetve jó eséllyel csorbíthatja az állampolgárok közös európai értékek melletti kiállásának hajlandóságát, továbbá megingathatja az EU-s intézményrendszerbe vetett bizalmukat.

A hazai intézkedéseket górcső alá véve kijelenthetjük, hogy Magyarország a helyzet komolyságát felismerve, még megfelelő időben reagált. Ennek egyik első szimbolikus lépése, hogy a Kormány, 2020. január 31-én megalakítja a Koronavírus-járvány Elleni Védekezésért Felelős Operatív Törzset (1012/2020. (I. 31.) Korm. hat). Február 25-én nyugati szomszédainknál is megjelenik az első igazolt fertőzött, így, az ezen időszakban, a magyar síturisták szempontjából is kiemelten látogatott, közkedvelt osztrák üdülőhelyek, illetőleg az onnan hazautazó honpolgáraink is érintetté válnak. Alig egy héttel később, március 4-én, a miniszterelnök bejelenti az első belföldön diagnosztizált fertőzöttet.

Az összeurópai, és ezzel együtt a hazai helyzet fokozódása okán, közel egy időben, dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus, az Egészségügyi Világszervezet főigazgatójának pandémiát kihirdető nyilatkozatával²¹, a március 11-ei kormányülést követően, az operatív törzs javaslatára a kormány különleges jogrendet, veszélyhelyzetet rendelt el az ország teljes területére (40/2020. (III.11) Korm. rend.). Az alkotmányos alapokon nyugvó intézkedés, amelyre a rendszerváltás óta nem volt példa, a legszélesebb körű jogosítványokat biztosítja az állami hatóságoknak a védekezéshez, melynek részletszabályait a katasztrófavédelmi törvény tartalmazza. Az intézkedés, jelen téma szempontjából leglényegesebb nyitóelemei: a beutazási tilalom Olaszországból, Kínából, Dél-Koreából és Iránból érkező nem magyar állampolgárok

számára, a szlovén és osztrák határon visszaállított ideiglenes határellenőrzés (41/2020. (III.11) Korm. rend.), illetőleg a 100 főnél nagyobb beltéri és az 500 főnél nagyobb kültéri rendezvények betiltása. A tiltás a sporteseményekre, a színház, mozi- és koncert-termekre egyaránt vonatkozik.

Itt érdemes megemlíteni, hogy az intézkedések előtti napon, március 10-én, a budapesti Dürer kert²² még épp meg tudja tartani az ország hosszú időre utolsó, nemzetközi érdeklődésre is számot tartó, 500 fő feletti beltéri, könnyűzenei koncertjét. A fellépő norvég Kvelertak zenekar európai headliner turnéjának 11-ei, bécsi és 12-ei müncheni állomásai már hatósági tiltások miatt halasztásra kerülnek, majd pedig a turné összes hátralévő dátuma ugyanezre a sorsra jut. Az utolsó 100 fő alatti ilyen jellegű nyilvános, budapesti rendezvényt, a nagyobb belvárosi vendéglátó- és szórakozóhelyek önkéntes bezárásának dominóelv-hatása miatt (WLB 2020), némi last-minute helyszín módosítást követően, március 12-én tartják meg. A support-ként érkező, feltörekvő, mellesleg szintén norvég Sâver budapesti koncertje az itt induló turné első és egyben utolsó állomása is. A line-up fő attrakciójának tekintett lengyel zenekar fellépése logisztikai okokból meghiúsul, mivel a szlovák–magyar határon már nem engedik át őket²³, feltételezhetően a szlovák hatóságok döntése alapján. A norvégok, a fellépésüket követően néhány napig még a helyi promóter jóvoltából Budapesten várakoznak, bízva abban, hogy a környező országok hatóságai nem mindenütt tiltják be a relatíve kisebb rendezvényeket. Nincs szerencsénk, javarészt betiltják. Pár napon belül repülnek haza Oslóba. A fővárosi zenei élet egy másik, szintén 15 éve működő, városképi szempontból is meghatározó, emblemikus rendezvényhelyszíne, a Lonely Planet turisztikai magazin 2012-es közönségzavazásán, a világ legjobb klubjának értékelt (LP 2012) újbudai A38 állóhajó programjai, a hajó gyomrának 500 fő feletti befogadóképessége miatt, már a 11-ei intézkedések napján szintén lemondásra kerülnek. A bejelentés a hajó koncertteremtől elkülönülten működő, egészen más célközönségre targetáló képzőművészeti kiállítóterét, és a páratlan dunai panorámát nyújtó éttermét is érinti.

A főváros tulajdonában álló Budapest Gyógyfürdői és Hévízei Zrt. március 15-től bezárja a hozzá tartozó összes fürdőegységét és gyógyászati egységét. Néhány nappal később a maradék pár, nem a főváros által üzemeltetett, de a főváros közigazgatási határain belül lévő fürdő is követi a példát. Vidéken is hasonló tendencia tapasztalható, ráadásul a helyzet sokkal súlyosabb, hiszen számos lokáció esetében (például Hévíz, Hajdúszoboszló, vagy akár Zalakaros esetében) a turisztikai bevételek szinte kizárólagos forrását a fürdőturizmus jelenti. Kiemelendő, hogy a legtöbb esetben önkormányzati hatáskörbe tartozik a működéssel kapcsolatos döntés.

Március 16-án (46/2020. (III. 16.) Korm. rend.) Magyarország lezárja a határait az összes nem magyar állampolgár előtt és minden 23/2011. (III. 8.) Korm. rend. szerinti rendszeres zenés, táncos rendezvényhelyszínen történő tartózkodást megtiltanak. Látogatási tilalom lép életbe az előadó-művészet valamennyi ágának fellépése céljából tartandó esemény vonatkozásában, függetlenül azok nyilvánosságától (színház, tánc-, zeneművészet), a moziknál, a muzeális intézményeknél, a könyvtáraknál és közgyűjteménynél, a közművelődési intézményeknél, közösségi szintereknél. Az intézkedés végérvényesen ellehetetleníti a kiállításipart, üzleti turizmust és az egyéb rendezvényturizmust. A helyben fogyasztó vendéglátás gyakorlatilag megszűnik. Az éttermek és kávézók korlátozott nyitvatartással kizárólag elviteles rendeléseket szolgálhatnak ki.

Március 27-ével a Kormány kijárási korlátozást ír elő, amely alapján a lakóhely, a tartózkodási hely, illetve a magánlakás elhagyására kizárólag a kormányrendeletben meghatározott alapos indokkal kerülhet sor (71/2020. (III. 27.) Korm. rend.). A rendelet

említést tesz az egyéni szabadidős sporttevékenységről és szabadidős célú gyalogos közlekedésről is, amelyek ugyan a rekreációs célú szabadidő eltöltés szempontjából egyfajta megengedő kivételt képeznek, ugyanakkor a minden médiafelületen jelentősen felülreprezentált #maradjotthon-kampány, a naponta emelkedő halálozási adatok direkt kommunikációja, és a központi intézkedések járulékos lélektani hatásai miatt tulajdonképpen az emberek zöme valóban otthon is marad.

(Lokális iparági helyzetkép) Általános felvezetésként elmondható, hogy világviszonylatban a turisták mintegy 1,4 ezer milliárd dollárt költenek el évente külföldön, így a globális szolgáltató szektor 7 százalékaért felelnek. 2018-ban a turizmushoz volt köthető a világ GDP-termelésének 10,4%-a (8,8 ezer milliárd dollár), és a munkahelyeknek nagyjából 10%-a (319 millió állás) is az ágazathoz tartozott. A munkaerőpiac globális bővüléséből, jelenlegi súlyánál nagyobb mértékben veszi ki a részét az idegenforgalom. Az elmúlt 5 évben minden ötödik új munkahely az ágazatban jött létre, vagyis a foglalkoztatás szempontjából a turizmus jelentősége folyamatosan nőtt. Magyarországon nagyjából a világtárlagnak megfelelő a szektor gazdasági súlya, a közvetlen (6,8%) és a közvetett hatásokat is magába foglaló hozzájárulása a GDP-hez 10,7%, közvetlen és közvetett hatásokat összesítve pedig a nemzetgazdasági foglalkoztatottság 13,2 százalékát adják (UNWTO 2020). Mivel bizonyított, hogy a fentebb részletesen bemutatott, covid-19 európai megjelenése közvetlenül köthető a globális turizmushoz, így a rendszer működési mechanizmusainak hosszútávú fenntarthatósága mindenképpen revideálásra szorul.

2020. március 6-ai, a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központon keresztül érkezett adatok értékelése alapján a magyarországi szállodákban, a 2020. január–február–márciusi hónapra vetített összesített foglalások 16,4%-át mondták le a top 10 küldő országból. Csak Budapest esetében 20%-os volt a lemondások aránya (az Egyesült Államokból 12%, Olaszországból 31%, Kínából 50%, Izraelből 32%), míg szintén a főváros esetében, a március–áprilisi időszakra vetített foglalások száma 50%-kal esett vissza, az előző évihez képest. Vidéken, ahol főként a belföldi turizmus a domináns, a foglalások száma akkor még csak 10% alatti mértékben csökkent (Guller Zoltán MTÜ vezérigazgató nyilatkozata alapján). Az Airbnb foglalások esetében is hasonló tendencia volt megfigyelhető. A húsvétra prognosztizált 85%-os visszaesés, annak önbeteljesítő jellege miatt megvalósult, illetőleg értelemszerűen a teljes szektorális leállásának hatása továbbgyűrűzött: elsősorban a kapcsolódó szolgáltató- és feldolgozóipari szegmensre is; lévén a külföldi látogatók adják a kereslet jelentős részét a helyi gyártmányú cikkekre (tipikusan bőrárú, ruhák) és vendéglátóipari szolgáltatásokra, és ha ők nem jönnek, magától értetődő, hogy nem fogy annyi, mint általában szokott.

Röviden kitérnék arra, hogy a city branding és a turisztikai mutatók korrelációjának vizsgálata meglátásom, és a rendelkezésre álló kutatások alapján is azért kiemelt fontosságú, mert versenyképességi dimenzióban az FDI²⁴ beáramlás, vagy más egyéb magán közberuházások egyrészt sokkal inkább kitéttek az időleges politikai vagy társadalmi viszonyok okozta torzító hatásoknak, másrészt nem minden esetben nyilvánosak, vagy ha igen, megesisik, hogy csak részlegesen, így emiatt számos esetben közel sem követhetőek egyértelműen nyomon; míg a turizmus esetében ezek a hatások jórészt kiszűrhetőek²⁵, továbbá a célzott turisztikai kampányok eredményességének és hatékonyságának mérhetősége objektív, központilag adminisztrált, numerikus turisztikai adatok formájában hozzáférhető, ezért a vizsgálódás szempontjából tulajdonképpen egyfajta elsődleges indikátornak is tekinthető. Az eddigi elért hazai eredmények tételes elemzésének bemutatását tehát emiatt a KSH rendelkezésre álló 2017-es év, 2018-ban

(KSH 2018) közzétett részletes iparági adatai és a MTÜ kutatási jelentése (MTÜ 2018a) (MTÜ 2018b)(MTÜ 2018c) alapján kísérlem meg az alábbiakban. Az analízis szempontjából azért célszerű, tulajdonképpen nem aktuális adatokkal számolni, mert egyrészt a szezonálisok miatt van egy viszonylag nagyobb időtávbeli buffer a viszonylag lassan érvényesülő piaci hatások részéről nézve; másrészt alapvetően nem egy pillanatnyi állapot, hanem maga a tendencia iránya és annak mértéke az ami érdekes.

A magyar főváros vendégforgalmának alakulása

A Budapestre több napra érkező külföldi turisták által elköltött összeg csaknem elérte a 818 milliárd forintot, ami az országos adat 63%-át jelenti. 2017-ben az összes magyarországi kereskedelmi szálláshely vendégeinek 36,0%-át, vendégéjszakáinak pedig 33,8%-át Budapesten regisztrálták. Különösen a beutazó turizmusban meghatározó a főváros szerepe: az ország kereskedelmi szálláshelyi külföldi vendégéjszakáinak 59,2%-a itt realizálódott (a külföldi vendégek 64,7%-a szállt meg Budapesten). A belföldi turizmusban kisebb, de egyre fontosabb szerepet tölt be főváros: a belföldi vendégéjszakák 8,3%-át itt töltötték el (a belföldi vendégek 9,9%-a szállt meg). A kereskedelmi szálláshelyek szállásdíjbevételei is jelentős arányban keletkeztek Budapesten: az összes szállásdíjbevétel 50,1%-át, ezen belül a külföldiektől származó szállásdíjbevételek 73,5%-át és a belföldi szállásdíjbevételek 11,8%-át adja Budapest forgalma. A főváros kiemelkedő szerepét jelzi, hogy a kereskedelmi szálláshelyi vendégéjszakák száma alapján kialakult települési rangsort folyamatosan Budapest vezeti mind a belföldi, mind a külföldi forgalmat tekintve.

A kereskedelmi szálláshelyek kapacitását vizsgálva megállapítható, hogy Budapesten az összes magyarországi működő kereskedelmi szálláshely 9,7%-a, azaz 330 szálláshely és az összes férőhely 14,9%-a, 52 479 férőhely Budapesten található. A szállodák esetében még jelentősebb Budapest szerepe: az összes szállodai férőhely 28,7%-a, 43 458 szállodai férőhely a fővárosban érhető el. A vendégforgalom jelentős növekedésének köszönhetően a budapesti szállodák szobakapacitás-kihasználtsága a 2016-os 71,0%-ról 74,2%-ra nőtt 2017-re. 2017-ben Budapesten hat új szálloda nyílt meg, összesen 343 új szobával.

A budapesti kereskedelmi szálláshelyek 4,3 millió vendéget és 10,0 millió vendégéjszakát regisztráltak. A vendégek száma 4,6%-kal, a vendégéjszakák száma 8,0%-kal nőtt 2016-hoz képest, köszönhetően mind a belföldi, mind a külföldi forgalom bővülésének. A belföldi vendégek száma (619 ezer) 7,9%-kal, a belföldi vendégéjszakák száma (1,2 millió) 8,6%-kal emelkedett. A külföldi vendégek száma (3,7 millió) 4,1%-kal, a külföldi vendégéjszakák száma (8,8 millió) pedig 8,0%-kal nőtt. A külföldiek átlagos tartózkodási ideje 2,4 éjszaka, a belföldieké rövidebb, 2,0 éjszaka. A szállásdíjbevételek 139,3 milliárd forintot tettek ki, és 19,6%-kal bővültek; ezen belül a belföldiektől származó szállásdíjbevételek (12,4 milliárd forint) 27,9%-kal, a külföldiektől származó szállásdíjbevételek (126,8 milliárd forint) 18,8%-kal gyarapodtak 2016-hoz képest. A kereskedelmi szálláshelyeken a szállásdíjából, a vendéglátásból és az egyéb költségek-ből összesen 212,7 milliárd forint keletkezett Budapesten, ami 18,5%-os növekedést jelent az előző évhez képest.

A budapesti vendégforgalom növekedése 2010 óta töretlen, 2010 és 2017 között a budapesti kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma 66,2%-kal nőtt, jelentősen meghaladva a szintén jelentős, 52,2%-os országos növekedést. Budapesten 2017-ben a szállodák átlagos kihasználtsága 74,2% volt. 2017-ben a Kelet-Közép-Európa nagyrégióban vizsgált öt főváros – Bécs, Budapest, Prága Pozsony, Varsó – között Budapest

a REVPAR mutató²⁶ tekintetében 65,3 €-val a 3. helyet érte el Bécs és Prága mögött, Pozsony és Varsó előtt. Budapest főbb küldőpiacai a kereskedelmi szálláshelyi vendégéjszakák száma alapján az Egyesült Királyság, az Amerikai Egyesült Államok, Németország és Olaszország.

Budapest szerepe meghatározó Magyarország hivatásturizmusában²⁷ is. A szigorú kritériumoknak megfelelő nemzetközi, hazánkban megrendezett konferenciák 80%-át Budapesten tartották. Az iparág legfontosabb nemzetközi szövetsége, az ICCA (International Congress and Convention Association) legfrissebb eredményei alapján Budapest kiváló helyen áll a világ városainak rangsorában. A 2016-os 16. helyről négy helyezést javítva, 2017-ben a 12. lett a világranglistán, olyan városokat megelőzve, mint Hongkong, Amszterdam, Tokió és Stockholm; az európai városok között pedig a kilencedik helyezést érte el.

A nemzetközi tendenciákkal összhangban az tapasztalható, hogy a „klasszikus” kereskedelmi szálláshelyek mellett, az egyéb üzleti célú szálláshelyek, azon belül is a szállásmegosztó portálokon (pl. Airbnb) keresztül kiadott magán szálláshelyek jelentősége Budapesten is növekszik. Az egyéb szálláshelyeken a vendégéjszakák száma (2,8 millió) jelentős mértékben, 46,0%-kal emelkedett az előző évhez képest; ezen belül a külföldi vendégéjszakák számának (2,6 millió) növekedése 45,5%-os volt. A budapesti teljes forgalom 92,4%-át a külföldiek adják. Az évek óta tartó, látványos emelkedés okai mögött mindenképpen érdemes kiemelni a közösségi gazdaság keretében zajló szálláskiadás (Airbnb) szerepének évek óta tartó erősödését a szálláshelyek piacán.

Budapest versenytársainak meghatározásához mindenekelőtt le kell szögeznünk, hogy a főváros a külföldi turisták egyik legfontosabb úti célja. Budapest nemzetközi versenytársainak meghatározása során figyelembe kell venni, hogy a rendelkezésre álló adatok alapján melyek azok a városok, ahol a szezonális hasonlóságot mutatja a Budapesten tapasztalhatóval. Továbbá lényeges lehet, hogy a Magyar Turizmus Zrt. keretein belül működő Magyar Kongresszusi Igazgatóság (MKI) és iroda – mint szakmailag a leginkább kompetens entitás – milyen véleményt fogalmaz meg arról, hogy az aktuális piaci helyzetben mely városokat tartják Budapest elsődleges versenytársainak a turizmus szempontjából. A rendelkezésre álló kutatási eredmények és piaci információk alapján Budapest, Bécs és Prága mellett elsősorban Barcelonával, Brüsszellel és Lisszabonnal versenyez a nemzetközi piacon. Bizonyos álláspontok szerint Párizst például akár Budapesthez hasonló városok közé sorolhatnánk, a szezonális hasonló jellege és a nemzetközi konferenciák száma alapján; azonban a többi versenytársként megállapított fővároshoz képest a Párizsban regisztrált külföldi vendégéjszakák száma olyan magas, hogy emiatt az említett városok összehasonlítása torzított képet adhat, így nem javasolt.

A beutazó turizmus helyzete országos viszonylatban

2017-ben 22,4 millió külföldi turista látogatott Magyarországra, számuk 4,3%-kal nőtt 2016-hoz képest: 2017-ben a Magyarországra érkező összes külföldi látogató száma (55,0 millió fő) összességében 3,9%-kal, ezen belül a többnapos látogatóké (15,8 millió fő) 3,5%-kal nőtt. 2017-ben a Magyarországra érkező összes látogató 40,7%-a, a többnapos látogatók 89,3%-a érkezett turisztikai céllal. A többnapos látogatásokon belül a szabadidős turizmus dominált (83,0%), az üzleti turizmus 6,3%-ot tett ki. Az egy napra látogatók körében az átutazás (44,1%) és a vásárlás (25,9%) a legjellemzőbb, turisztikai céllal az egynapos látogatók 21,1%-a érkezett hazánkba. A turisták mellett további 32,6 millió

látogató érkezett, többségük egynapos tranzitvas vagy egy napra érkező bevásárló volt. A turisták összesen 83,7 millió napot töltöttek el hazánkban. A turisták 63,0%-a több napig tartózkodott az országban. A több napra érkező turisták száma (14,1 millió fő) 4,7%-kal, az egynapos turisták száma (8,3 millió fő) pedig 3,8%-kal nőtt 2017-ben. Az utazási időtartam csökkenése általános nemzetközi trend, ennek megfelelően, hogy a 2–4 napos turisztikai célú utak aránya az összes többnapos utazáson belül 2015-ben 52,2%; 2016-ban 54,1% volt, 2017-ben pedig ez az arány már 54,8%-os. A 2–4 napos turisztikai célú utak száma 6,0%-kal nőtt 2016-hoz képest, az 5 és több napos utak számában csak 3,1%-os emelkedés figyelhető meg.

2017-ben a külföldi turisták 1386,2 milliárd forintot költöttek Magyarországon, ami 7,3%-os növekedést jelent 2016-hoz képest: A Magyarországra látogatók összes kiadása 2017-ben 1832,4 milliárd forintot tett ki. Ennek 75,6%-a – 1386,2 milliárd forint – származott a turisztikai céllal érkezőktől, ami 7,3%-os növekedést jelent 2016-hoz képest. Ezen belül a több napra érkezők 1289,9 milliárd forintot (+7,1%), az egynapos turisták 96,2 milliárd forintot költöttek (+10,9%). A turisták költésében a szabadidős turizmus dominál (1261,3 milliárd forint), ami 9,2%-kal növekedett 2016-hoz viszonyítva. Az üzleti céllal érkező turisták kiadása (124,9 milliárd forint) 8,5%-kal csökkent 2016-hoz képest. A turisztikai fogyasztás költségeinek szerinti vizsgálata azt mutatja, hogy a külföldi turisták a kiadások 38,2%-át szállás- és vendéglátó szolgáltatásokra fordították. A turisták közül a németek költöttek összességében a legtöbbet (164,7 milliárd forint), őket az Egyesült Államokból érkezők (132,3 milliárd forint), az osztrák turisták (125,7 milliárd forint) és a britek (96,2 milliárd forint) követték. A turisták napi átlagos költségét tekintve a fontosabb küldőpiacok közül a legmagasabb az Egyesült Államokból (37,4 ezer Ft), az Oroszországból (36,0 ezer Ft), a Franciaországból (25,3 ezer Ft) és az Egyesült Királyságból (24,1 ezer Ft) érkezők turisták költése. Szlovákia (8,4 ezer Ft) és Románia (7,6 ezer Ft) esetében regisztráltak a legalacsonyabb egy fő egy napjára jutó költsést, ez összefüggésben áll az egynapos utazások magasabb arányával és az utazások motivációjával.

2017-ben a több napra érkező turisták főbb célpontjai Budapest (39,7%), a Nyugat-Dunántúl (25,6%) és a Dél-Alföld régiók (10,7%) voltak. A 4 vagy több éjszakát eltöltők körében is ugyanez a két régió van az élen, ugyanakkor Dél-Alföldre képest (9,9%), ebben a körben, a Balaton régió aránya jelentősebb (20,0%). Az 1–3 éjszakára érkezők között Budapest (42,9%) és a Nyugat-Dunántúl (27,3%) után a Dél-Alföld következik (11,2%). A több napra Magyarországra érkezők turisták között a legnagyobb arányban (41,9%) a 25–44 évesek képviseltetik magukat, őket követi a 45–54 éves (19,8%) és az 55–64 éves korosztály (15,2%). Habár a többnapos turisták körében arányuk 10,1%-os, ugyanakkor 2016-hoz képest a 15–24 éves korcsoportba tartozó turisták körében volt a legnagyobb a növekedés (+15,3%).

2017-ben a Magyarországra érkező külföldi turisták legfontosabb főmotivációi a városlátogatás, a rokon- és barátlátogatás, az üdülés-szórakozás, az egészségturizmus, a saját ingatlan felkeresése ideiglenes jelleggel és a hivatásturizmus voltak.

Küldőpiacok tekintetében az összes vizsgált országnál megfigyelhető a szabadidős turizmus dominanciája a turisztikai célú utakon belül. Az üzleti turizmus mint fő cél a magyarországi turisztikai látogatások között a legnagyobb arányban: az oroszok (25,2%), a svájciak (21,4%), a franciák (10,9%), a németek (10,7%), és az amerikaiak (10,4%) jelennek meg. A tíz legfontosabb küldőpiacot vizsgálva öt esetében a városnézés, körutazás, mint főmotiváció a legjellemzőbb. A rokon- és barátlátogatás Románia (48,7%) és Szlovákia (23,6%) esetében a legfontosabb. Németország és Lengyelország turistáinak körében az üdülés-szórakozás áll az első helyen. Egészségturizmus céljából a legnagyobb arányban Ausztriából (27,3%) és Csehországból (20,8%) érkeznek.

Legnépszerűbb hazai települések

2017-ben a legnépszerűbb tíz városban működő kereskedelmi szálláshelyek összesen 16 212 994 vendégéjszakát regisztráltak, ami a magyarországi vendégforgalom több mint felét teszi ki (54,5%). A TOP 20 település esetében is jelentős az arány: a magyarországi vendégforgalom 64,9%-át adják a legnépszerűbb hús településen eltöltött vendégéjszakák. A belföldi forgalom lényegesen kisebb földrajzi koncentrációt mutat, mint a beutazó turizmus. Előbbi kategóriában a legjelentősebb 10 város a belföldi vendégéjszakák 32,6%-át mondhatja magáénak, míg utóbbiban a vendégéjszakáknál ez az arány 77,9%.

Magyarország vendégéjszakaszám szerinti legnépszerűbb tíz településének rangsorában az első három helyen, a korábbi évekhez hasonlóan, továbbra is Budapest, Hévíz és Hajdúszoboszló áll.

A teljes vendégforgalmat tekintve a TOP 3 (Budapest, Hévíz, Hajdúszoboszló) települést követően Zalakaros, Balatonfüred, Siófok, Szeged, Gyula, Bük és Győr osztoznak a ranghelyeken. Az utóbbi években megfigyelhető ugyan a pozíciók minimális átrendeződése (egy-két ranghely cserélődése), viszont a TOP 10-ben új versenytárs nem jelent meg. A 11–20. helyen álló települések közül: Kecskeméten 39,7%-kal, Keszthelyen 34,8%-kal, Velencén 13,0%-kal, Pécsen pedig 11,5%-kal több vendégéjszakát töltöttek el a vendégek a kereskedelmi szálláshelyeken 2017-ben, mint 2016-ban.

A belföldi utazók körében Budapestet, Hajdúszoboszlót, Siófokot követi Zalakaros, Balatonfüred, Gyula és Eger, ugyanakkor Bük épphogy bekerült az első tízbe. A 11–20. helyen álló települések közül Gyöngyösön kiemelkedően több (+24,4%) vendégéjszakát regisztráltak 2016-hez képest (ide tartozik Kékestető, Mátraháza, Sástó is), míg 5% feletti növekedésről számolt be Velence (+13,7%), Győr (+9,2%), Szeged (+7,8%), Pécs (+7,8%) és Debrecen (+5,4%) is.

A külföldiek körében Budapest mellett a jelentős gyógyfürdővel rendelkező, illetve a Balaton-közeli települések voltak a legnépszerűbbek. Ebben a kategóriában a 11–20. helyen álló települések közül: Kecskeméten 39,7%-kal, Keszthelyen 34,8%-kal, Velencén 13,0%-kal, Pécsen 11,5%-kal, Szegeden pedig 9,6%-kal több vendégéjszakát töltöttek el a vendégek a kereskedelmi szálláshelyeken 2017-ben, mint 2016-ban.

(Összefoglalás) Elmondható, hogy Magyarország turizmusa a desztinációválasztás alapján egyértelműen kétpólusúnak tekinthető. Egyrészt az elsődlegesen külföldiek által favorizált Budapestre; másrészt a túlnyomórészt belföldi turisták által választott, fővároson kívüli lokációk együttesen értelmezett összességére tagozódik. Ennek számos oka világosan kirajzolódik.

Hazánkban a city brandig tevékenységének segítségével realizált bevétel (befektetők, turisták stb.) uralkodóan Budapestre koncentrálódik, holott 2019-ben Magyarország 9,8 milliós lakosságának csupán 18%-a (1 749 734 fő) él a főváros közigazgatási határain belül, míg 53%-a többi városban, 29% községekben. Budapest a külföldiek részéről számos attribútuma miatt különösen vonzó európai turisztikai desztináció, ugyanakkor egyben domináns gazdasági erőközpontot²⁸ is képez, meghatároz egyfajta masszív centrális erőteret. A térség működésében speciális szinergia figyelhető meg, ugyanis Budapest tulajdonképpen turisztikai imázsa mondhatni „ráül” arra a sikeres, főként külföldi befektetések Magyarországra hozatalával és itthon tartásával működő ökoszisztémára, amely nemzetközi szinten is kiemelkedik, akárcsak ha a várost közvetlen, V4-es versenytársaival vetjük össze. Ezt, ha ugyan nem is a „klasszikus” tankönyvi definícióval teljes mértékben egyezően, de nevezhetjük olyan komparatív versenyelőnynek,

amivel a kormányzat a régióban talán a legeredményesebben operál. A gazdasági teljesítőképesség a helyben GDP-t termelők (a fogalom alatt a Budapesten munkát vállalókat értjük, a kifejezés köznyelvi, és kifejezetten nem munkajogi vonatkozásában) országos átlag feletti bérszínvonalán is meglátszik, így az elmúlt években meg tudtak jelenni olyan szolgáltatások is, amelyek a helyi fogyasztók igényeinek kielégítésén át nyitottak a turisták irányába, illetve ugyanez tapasztalható volt fordítva is, vice versa. Ezek főként olyan vállalkozások, amelyek a Nyugat-Európában vagy a tengerentúlon már jól bejáratott trendek hazai meglovgolásával voltak összekapcsolhatóak az utóbbi 10 évben (példák: kerékpáros forradalom, foodtruck / kézműves gasztrorradalom, specialty kávézók megjelenése, craftsör-hullám stb.). Az összképbe beilleszthető, azonban mégis egyfajta unikális kivételt jelentenek a rendszerváltás utáni időszakban igencsak elhanyagolt, omladozó pesti bérházak alternatív hasznosításával kialakított romkocsmák (ruin pub-ok), amelyek abszolút versenyelőnyt jelentő, helyi sajátosságként az egyik legvonzóbb turisztikai attrakciót jelentik Budapest tekintetében. A város ebben tulajdonképpen a világon egyedülálló. Emellett a főváros fürdő- és gyógyfürdőturizmusa is töretlen népszerűségnek örvend; az egyedülálló építészeti öröksége pedig annyira magától értetődő, hogy talán nem szükséges különösebben részletezni.

Az itt felsoroltak mellett még meg kell említeni a leginkább lényeges szempontot, ami nem melleleg fenntarthatósági szempontból is igen aggályos; ez pedig az árazás és annak hatásai. Budapest tulajdonképpen a nyugat-európai árszínvonalnál szignifikánsan kedvezőbb, viszont szolgáltatási színvonal szempontjából semmivel sem marad el. Mindez kiegészülve a fapados légitársaságok, pandémia előtt még, tulajdonképpen neveségesen alacsony jegyáraival igen hívogató konstrukciót kínált. Az évi többszöri, 2-3 napos tartózkodás már az alsó középosztálybeli „bulituristák” számára sem volt megterhelő, ezért előszeretettel választották, frekventált úti célnak számított. Már rövid távon is társadalmi konfliktusokat generált a megszorodó „olcsóturizmus” kérdése, viszont hosszú távon világosan kirajzolódik, hogy ez a fajta berendezkedés nem támogatja az áremelés lehetőségét, így könnyen elinflálhatja a város imázsát, illetőleg a helyi vállalkozások, külföldi termékeinek/alapanyagainak világpiaci áron történő beszerzése miatt csak alacsony haszonráttával tud működni, ami szintén korlátokat jelent. A világjárvány hatása a légiközlekedési szokásokra és annak árszabására²⁹, a szakértők prognosztizációi alapján, bizonyosan jelentős és negatív irányú lesz, így ennek fényében a helyi gazdaság szereplőinek is át kell gondolniuk jelenlegi üzleti modelljeik létjogosultságát.

A vidéki turizmust görcső alá véve megállapíthatjuk, hogy míg Budapest főleg a külföldiekre, addig a vidék jellemzően a belföldi turistákra apellál. Itt egyrészt megjelenik, hogy a főváros komplex és koncentrált szolgáltatáscsomagjával egy vidéki nagyváros, vagy térség sem tudja felvenni a versenyt, illetőleg a földrajzi távolságok és a közlekedési infrastruktúra adottságai nem feltétlenül kedveznek a külföldi turistáknak. Itt két kivételt érdemes megemlíteni: egyrészt Hévizt, amely a sármelléki repülőtérnek köszönhetően budapesti transzport nélkül hoz turistákat a Balaton-régióba; másrészt Debrecent, ami szintén rendelkezik nagyobb forgalmú légikikötővel.

A vidék tekintetében a fürdőturizmus a zászlóshajó. Hévizt leszámítva, a fürdők és wellness-szállodák elsősorban a belföldi turisták kedvelt úti célját jelentik. Ennek számos oka közül kiemelendők például a magyar emberek szabadidő-eltöltési szokásai (inkább a passzív, mint az aktív pihenést választják), illetve a SZÉP-kártya kínálta lehetőségek felhasználása is, amely ilyen irányú szolgáltatások felhasználására presszionálja ezen juttatások jogosultjait. Szemléletes jelenség, hogy a vidék fürdőturizmusa tulajdonképpen Budapesttel versenyez a belföldi és a külföldi turistákért is, csak míg

a külföldiek szempontjából Budapest komparatív versenyelőnyben van a helyben elérhető kiegészítő egyéb alternatívák kínálatát nézve, addig a belföldek vonatkozásában a fentebb megjelölt két szempont, kiegészülve a földrajzi közelséggel, a vidéki lokációk malmára hajtja a vizet.

A vidék szempontjából kiemelendő abszolút versenyelőny maga a vidéki milió: a nyugodt, tiszta környezet, festői táj, a mikroközösségek szokásai. A helyi értékekben rejlő potenciált egyre inkább és egyre többen kezdik felfedezni, mind kínálati, mind keresleti oldalon. A helyi identitás feltérképezésére szolgáló helyi értéktárak, településarculati kézikönyvek, illetve a Hungarikum Bizottság a magyar nemzeti értékek és hungarikumok tekintetében végzett hiánypótló és nemzeti öntudatot erősítő tevékenysége mind támogatják, hogy a fővárosi turizmussal összhangban a vidék fenntartható szimbiózisban működve tudja kiaknázni az ország adta lehetőségeket az iparág vonatkozásában.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Ashworth, G. J. – Voogd, H. (1997): A város értékesítése: marketingszemlélet a közösségi célúvárostervezésben – Közgazdasági és Jogi Kiadó, Budapest.
- Tózsza István (2014): A településmarketing elmélete. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest.
- Piskóti István (2012): Régió- és településmarketing: marketingorientált fejlesztés, márkázás. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Wilk Andrea (2017): Magyarország, mint biztonságos desztináció. Biztonság és Turizmus – A Beutaztató Utazási Irodák szemszögéből. Konferencia előadás. OK-WORLD Travel Service, MUISZ – Beutaztató Bizottság. [web:] <http://slideplayer.hu/slide/12402892/>
- Magyar Turisztikai Ügynökség (2017): Országimázs kutatás, 2017
- (ECDC 2020a) <https://www.ecdc.europa.eu/en/publications-data/pneumonia-cases-possibly-associated-novel-coronavirus-wuhan-china>
- (ECDC 2020b) <https://www.ecdc.europa.eu/en/publications-data/rapid-risk-assessment-cluster-pneumonia-cases-caused-novel-coronavirus-wuhan>
- (ECDC 2020c) <https://www.ecdc.europa.eu/en/publications-data/risk-assessment-outbreak-acute-respiratory-syndrome-associated-novel-coronavirus>
- (WHO 2020a) <http://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/news/news/2020/01/2019-ncov-outbreak-first-cases-confirmed-in-europe>
- US National Library of Medicine National Institutes of Health First cases of coronavirus disease 2019 (COVID-19) in France: surveillance, investigations and control measures, January 2020 [web:] <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7029452/>
- (Corriere Della Sera 2020) https://www.corriere.it/cronache/20_gennaio_31/virus-primi-due-casi-italia-due-cinesi-marito-moglie-italia-dieci-giorni-e365df1c-43b3-11ea-bdc8-faf1f56f19b7.shtml?refresh_ce-cp
- Sanjay Kumar Sonbhadra, Sonali Agarwal, P. Nagabhushan (2020): Target specific mining of COVID-19 scholarly articles using one-class approach [web:] https://www.researchgate.net/publication/340938612_Target_specific_mining_of_COVID-19_scholarly_articles_using_one-class_approach
- (Eurostat Tourism Statistics 2018) <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/pdfscache/15327.pdf>
- (EC 2020a) https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/timeline-eu-action_hu
- (Dipartimento della Protezione Civile 2020) <http://www.protezionecivile.gov.it/web/guest/media-comunicazione/comunicati-stampa>
- 1012/2020. (I. 31.) Korm. határozat A Koronavírus-járvány Elleni Védekezésért Felelős Operatív Törzs felállításáról
- 40/2020. (III.11) Korm. rendelet a veszélyhelyzet kihirdetéséről
- 41/2020. (III.11) Korm. rendelet az élet- és vagyonbiztonságot veszélyeztető tömeges megbetegedést okozó humánjárvány megelőzése, illetve következményeinek elhárítása, a magyar állampolgárok egészségének és életének megóvása érdekében elrendelt veszélyhelyzet során teendő intézkedésekről
- (LP 2012) <https://www.lonelyplanet.com/hungary/budapest/entertainment/a-38/a/poi-ent/412048/359522>

- 46/2020. (III. 16.) Korm. rendelet az élet- és vagyonbiztonságot veszélyeztető tömeges megbetegedést okozó humánjárvány megelőzése, illetve következményeinek elhárítása, a magyar állampolgárok egészségének és életének megóvása érdekében elrendelt veszélyhelyzet során teendő intézkedésekről
- 71/2020. (III. 27.) Korm. rendeletben az élet- és vagyonbiztonságot veszélyeztető tömeges megbetegedést okozó humánjárvány megelőzése, illetve következményeinek elhárítása, a magyar állampolgárok egészségének és életének megóvása érdekében.
- (UNWTO 2020) United Nations World Tourism Organization [web:] <https://www.unwto.org/country-profile-outbound-tourism>
- (MTÜ 2020) Guller Zoltán, MTÜ vezérigazgató 2020. március 6-ai nyilatkozata alapján
- (KSH 2018) Helyzetkép a turizmus, vendéglátás ágazatról, 2018 [web:] <https://www.ksh.hu/docs/hun/xfftp/idoszaki/jeltur/jeltur18.pdf>
- (MTÜ 2018a) A magyarországi kereskedelmi szálláshelyek adatai, 2018 [web:] https://mtu.gov.hu/documents/prod/Kereskedelmi_szallashelyek_adatai_2018.pdf
- (MTÜ 2018b) A magyar lakosság belföldi és külföldi utazásai 2017-ben, 2018 [web:] https://mtu.gov.hu/documents/prod/magyarok_utazasai_2017.pdf
- (MTÜ 2018c) Budapest vendégforgalma 2017-ben, 2018 [web:] https://mtu.gov.hu/documents/prod/Budapest_vendegforgalma_2017_3.pdf
- (EB 2017) Európai Bizottság, Regionális és Várospolitikai Főigazgatóság (2017): Hetedik jelentés a gazdasági, társadalmi és területi kohézióról [web:] https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/reports/cohesion7/7cr_hu.pdf
- Kovács Zoltán (2017): Városok és urbanizációs kihívások Magyarországon, Magyar Tudomány 2017/3.

JEGYZETEK

- 1 A szegénység felszámolása. Az éhezés megszüntetése. Jó egészség. Minőségi oktatás. Nemek közötti egyenlőség. Tiszta víz és köztisztaság. Újrahasznosítható és megfizethető energia. Jó munkalehetőségek és gazdaságok. Innováció és jó infrastruktúra. Egyenlőtlenség csökkentése. Fenntartható városok és közösségek. A források felelősségteljes használata. Fellépni az éghajlatváltozás ellen. Fenntartható óceánok. Fenntartható földhasználat. Béke és igazság. Partnerség a fenntartható fejlődésért.
- 2 David Ricardo az 1817-ben kiadott, *A politikai gazdaságtan és az adózás alapelvei* című könyvében úgy definiálta a komparatív előnyt, mint egy, a nemzetek számára szerzett haszon, amelyet olyan tevékenységre való specializálódással szereznek, amelyben vagy a legnagyobb az előnyük, vagy a legkisebb a hátrányuk a többi nemzethez képest. Egy nemzetnek akkor van komparatív előnye egy másikhoz képest, ha valamilyen jószágot vagy szolgáltatást alacsonyabb alternatív költségen tud előállítani.
- 3 Abszolút előnyről abban az esetben beszélhetünk, amikor az entitás által nyújtott termék és/vagy szolgáltatás kiemelkedik a versenyben magasabb értékajánlata, vagy a vásárlóknak nyújtott egyéb előnyei miatt. Ez lehet minőség, egyediség, kizárólagosság, funkció, ár, lokáció, szolgáltatás, szállítás és akár a vásárlói kapcsolatok erőssége, vagy önmagában a márka is. Az előnyöknek köszönhetően vagy még több vevő vásárol az adott entitástól a versenytársaihoz képest, vagy hajlandóak akár magasabb árat is kifizetni az adott termékért/szolgáltatásért.
- 4 Kiemelt hangsúllyal a komparatív és abszolút versenyelőnyök feltárása.
- 5 A „public relations” szóösszetétel rövidítése, amely a magyar szakirodalomban kissé szerencsétlen szóhasználattal általában „közönségkapcsolatok” címszóval szerepel. A magyarra áttétellel sajnos nem teljesen fedhető le az eredeti kifejezés jelentésének teljes spektruma.
- 6 A tudásmenedzsment vonatkozásában általánosságban megegyező álláspont, hogy a tudás természetesen számtalan más módon is megszerezhető, sőt néhány metódus tulajdonképpen jóval hatékonyabbnak is mondható, viszont a személyes tapasztalás útján szerzett tudás beagyazottsága kétségkívül a legmélyebb, hasznosulása a leginkább garantált.
- 7 Lásd: Odüsszeia.
- 8 Amellett, hogy a közkeletű mondás szerint a történelmet a győztesek írják; egyes történészek körében máig ellentmondásokkal övezett, vitatott kérdés, hogy a magyarok számára, a nyugati terjeszkedés elvi lehetőségét végleg ellehetetlenítő, az Augsburg melletti, Lech mezőnél, 955-ben elszenvedett, katasztrofális vereséggel végződő hadjárat-sorozat miatt definiálja a mai történetírás, teljes magabiztossággal „kalandozások”-nak (a megengedőbb források „rablóhadjárat”-nak), amikor ezen események, ugyan laza államalakulat formájában, törzsszövetségként, ámde félezer kilométeres távolságokat meghaladó mozgósításokkal, több évtizeden keresztül, valószínűsíthetően

- komoly, szervezett logisztikával, mindennemű el-
látmány és utánpótlás biztosításával zajlottak.
- 9 Lásd: Csodaszarvas legendája.
- 10 Theodor de Bry, flamand metszetkészítő, *America sive Novus Orbis respectu Europaeorum inferior globi terrestri pars* 1596-os Újvilág térképét Columbus, Vespucci, Magellan és Pizarro egész alakos portréi övezik. A személyhez kapcsolt tevékenység képi ábrázolása egyértelműen teljesítményük, érdemeik elismerésének szól.
- 11 Nem elhanyagolható szempont, hogy ezen felfedezők között igen gyakori volt a ma pszichopátiás személyiségzavarnak nevezett betegség előfordulása. Számos jel arra utal, hogy Vasco da Gama, portugál felfedező, különös kegyetlenkedéseiből adódóan, valószínűleg egy lehetett közülük. Ismeretes, hogy második indiai útja során elfogott egy Kalkuttából Mekkába tartó muszlim zarándokhajót. A hajón utazó nagyjából 400 főt, köztük nőket és gyerekeket, a fedélzethez láncolta, felgyújtotta a hajót és végignézte ahogy halálra égnek. Emellett öncélúan végrehajtott, bizarr csonkításai tulajdonképpen mindennaposak voltak. Az események szemtanúkkal igazolt, írott, történeti forrásokból ismeretesek.
- 12 1768 és 1779 között James Cook kapitány az angol király nevében tudományos expedíciónak álcázott, kimondottan haditengerészeti felderítő és hódító feladatokat hajtott végre a Csendes-óceán déli részén. Az 1768-ban keltezett titkos utasítás 1928-ban került először nyilvánosságra.
- 13 Autotelikus cselekvésnek nevezzük, amikor az adott tevékenységet nem elsősorban külső célra irányulva (exotelikus cselekvésként) folytatjuk, hanem magának az akciónak az őszinte, tiszta örömeért; azért, hogy érdek nélkül elmerülhesünk a pillanatban, a maga teljességében megélve azt; mindazonáltal az eredmény keletkezése nem feltétlenül kizáró ok a fogalom szempontjából.
- 14 Anderl Heckmair német hegymászó, egy osztrák és két német társával 1938 júliusában megmászták a svájci Eiger hegycsúcs északi falát. A fal, szeszélyes időjárással fűszerezett, közel kétezer méteres kiemelkedésével az alpesi hegymászás utolsó nagy mászatlan falai közé tartozott. A közvélemény olyannyira megmászhatatlannak tartotta, hogy a svájci hatóság – a sorozatos halálesetek hatására – betiltotta az északi fal mászását, a helyi hegyvezetők pedig deklarálták, hogy nem vesznek részt mentésben. A mászóknak titokban kellett eljutni a felszereléseikkel együtt az Eiger falához. A három és fél napos csúshódítás után Hitler táviratban gratulált és magához hívatta a hegymászókat egy közös csapatkép elkészítéséhez. Mászásukkal – akarataik ellenére – bekerültek a náci propaganda történetének könyvébe is, ugyanis az óriási teljesítményt a náciak a német felsőbbrendűség bizonyítására kívánták felhasználni.
- 15 A Magyar Utazási Irodák Szövetségének tapasztalatai az események alatt és után. A prominens szakmai grémium jelentése a beutaztató irodák beszámolóí és értékelései alapján került összeállításra.
- 16 A felmérést a Magyar Turisztikai Ügynökség megbízásából a Kantar Millward Brown végezte 8 országban (Ausztria, Csehország, Franciaország, Olaszország, Lengyelország, Németország, Svédország, Egyesült Királyság) 2017-ben.
- 17 European Centre for Disease Prevention and Control (ECDC).
- 18 2017-ben még igen, viszont 2020. február 1., azaz a brexit óta, Nagy-Britannia már nem tagja az Európai Uniónak.
- 19 A február 21-ei első haláleset után, 8 nap alatt 29-re emelkedett a covid-19 fertőzött elhunytak száma (Dipartimento della Protezione Civile 2020)
- 20 Az Európai Bizottság, a fertőzés európai megjelenése után 1 hónappal, 2020. február 24-én jelentette be, a globális felkészültség, a megelőzés és a vírus megfékezésének előmozdítására fordítandó, 232 milliárd euró értékű új segítségnyújtási csomagot; és növelte a tagállamoknak részére nyújtott támogatást is, a felkészültség, a vészhelyzeti tervezés és a válszintézkedések előkészítése terén.
- 21 ...”We have therefore made the assessment that COVID-19 can be characterized as a pandemic”...
- 22 A budapesti zenei élet egyik zászlóshajójaként, a nemzetközi klubélet szempontjából is frekventált, közel 15 éve üzemelő komplexum, egyike a fővárosi, közepes férőhely-kapacitású (kb. 300–1000 fő közötti) élőzenés szórakozóhelyeknek.
- 23 Magyarország március 19-én kezdeményezte a szlovákoknál a határátkelőhely újrainyitását a magyar és szlovák állampolgárok személyforgalma számára. Az újrainyitás 20-án történt meg.
- 24 A Foreign Direct Investment, azaz a külföldi működőtőke-befektetés fogalma olyan nemzetközi befektetést jelöl, amely által egy adott országbeli személy, vállalat egy másik állam társaságában tartós részesedést szerez. A külföldi befektetőnek ilyenkor nemcsak tartós, hanem számottevő mértékű, legalább 10 százalékos befolyást is kell szereznie, amivel a társaság működését, a menedzsmentet kontrollálhatja. A kisebb arányú tulajdonszerzés portfólió befektetésnek minősül, és jellemzően a spekulatív célú tőzsdéi részvényszerzésre azonosítható.
- 25 A vis major és a havária tényállásait kizárva természetesen.
- 26 A REVPAR egy betűszó, mely a következő mutatót rövidíti: Revenue per Available Rooms = egy kiadható szobára jutó árbevétel.
- 27 Konferencia- és kongresszusi turizmusban.
- 28 Gyakorlatilag a Budapest gócpontú (a 67 ezer fős Erd városát; további 11 db, 20–50 ezer fő közötti, csaknem 330 ezer fős összlakosságú várost;

illetőleg számos kisebb települést magában foglaló), több mint 3 milliós Közép-Magyarország régió kivételével, Magyarország összes régiója konvergencia-régió. Konvergencia-régióknak minősül minden olyan régió, ahol az egy főre jutó GDP kevesebb az EU átlagának 75%-ánál (EB, 2017). A térségen egyébként jól megfigyelhető a 2000-es években felélénkülő dezurbanizáció, illetve a szétterülés: az úgynevezett „urban sprawl” jelensége, ahol a városok körül szabályzatlanul, külső kontroll nélkül ment végbe ez a terjeszkedés, jelentős feszültségeket gerjesztve. A budapesti agglomeráció nyolcvan településén a lakás-, gazdasági és szabadidős célokra szolgáló felszín kiterjedése 1959 és 2014 között 180-ról 411 négyzetkilométerre nőtt. (Kovács

Z., 2017). Ez a tendencia számos rövid és középtávon megoldandó problémát (napi szintű ingázók környezetterhelése; a településszervezés forgalomtechnikai, parkolással kapcsolatos kérdései stb.) jelent, amelyeket a fenntarthatósági irányelveknek megfelelően előbb-utóbb szükséges rendezni.

29 Számos nézőpont szerint a lerövidült termelési láncok eddigi gyakorlatával ellentétben szignifikáns változás következik. Az üzemszervezési metódusok, felkészülve akár a közeljövőben esedékes hasonló globális „lockdown”-ra, valószínűsíthetően nagyobb mennyiségű anyagtalálékokkal fognak számolni. Ezek logisztikai és egyéb költségei a végfogyasztói árakba épített emelkedést fognak előidézni.

